

ANEXO 2

- CONTEXTO TEMÁTICO:

Estrutura do discurso argumentativo

- ASSUNTOS:

-Ethos, Phatos e Logos

- OBJECTIVOS DO TRABALHO:

- Criação de uma campanha publicitária subordinada ao tema do consumismo

- OBJECTIVOS ESPECÍFICOS:

- Utilizar os conteúdos leccionados na aula falácias

-Evidenciar a perspectiva ética do consumismo.

- Apelar à sensibilidade do auditório

- ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO:

- Constituição dos grupos de trabalho. Grupos com cinco alunos no máximo.

- Cada grupo irá visionar um anúncio publicitário diferente.

- Troca de opiniões entre os membros grupo.

- Elaboração do texto.

- Exposição do texto aos restantes grupos.

-TAREFAS:

- Redigir um texto onde exponha os elementos manipuladores do anúncio analisado.

- O grupo deverá expor oralmente o seu texto aos restantes grupos.

- Entregar o texto elaborado pelo grupo ao professor.

-REGRAS PARA A PRODUÇÃO DO TRABALHO DE GRUPO:

- Participar no trabalho, cumprindo os objectivos e tarefas.

- Respeitar a opinião dos outros.

- Não deixar o trabalho todo para alguns membros do grupo.

- Não falar de assuntos que não estejam relacionados com o trabalho a desenvolver.

- Respeitar os outros grupos trabalhando em silêncio

ANEXO 3 – Sugestões de Resposta



Diga **NÃO** ao consumismo. Sentir-se-á mais leve...



Não leves o mundo de carrinho...



Guião para o trabalho de Grupo

- CONTEXTO TEMÁTICO:

Persuasão e manipulação ou os dois usos da retórica

- ASSUNTOS:

- Manipulação dos afectos e manipulação cognitiva

- OBJECTIVOS DO TRABALHO:

- Visionamento e interpretação dos elementos manipuladores em anúncios publicitários

- OBJECTIVOS ESPECÍFICOS:

- Visionar e interpretar o anúncio publicitário

- Identificar os elementos manipuladores desse discurso através dos conteúdos leccionados.

- Redigir um texto para expor oralmente aos colegas.

- ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO:

- Constituição dos grupos de trabalho. Grupos com cinco alunos no máximo.

- Cada grupo irá visionar um anúncio publicitário diferente.

- Troca de opiniões entre os membros grupo.

- Elaboração do texto.

- Exposição do texto aos restantes grupos.

- TAREFAS:

- Redigir um texto onde exponha os elementos manipuladores do anúncio analisado.

- O grupo deverá expor oralmente o seu texto aos restantes grupos.

- Entregar o texto elaborado pelo grupo ao professor.

- REGRAS PARA A PRODUÇÃO DO TRABALHO DE GRUPO:

- Participar no trabalho, cumprindo os objectivos e tarefas.

- Respeitar a opinião dos outros.

- Não deixar o trabalho todo para alguns membros do grupo.

- Não falar de assuntos que não estejam relacionados com o trabalho a desenvolver.

- Respeitar os outros grupos trabalhando em silêncio.

Bom Trabalho!

ANEXO 5

Grupo/ Pergunta	Sugestões de Resposta
Grupo 1 (Caprisone)	Neste anúncio, em relação a falácias, estão presentes os seguintes argumentos falaciosos: falácia do espantalho, pois o anúncio deforma a informação; falácia ad populum pois o anúncio tenta transmitir a ideia de que todos os jovens devem beber caprisone; falácia ad verecundiam, pois o Eusébio não é uma autoridade em relação a sumos e, por fim, falsa analogia, pois o anúncio vai associando realidades completamente distintas e sem qualquer fundamento (EX: Capacidades do Eusébio com as potencialidades do sumo)
Grupo 2 (Cofidis)	Neste anúncio, em relação a falácias, estão presentes os seguintes argumentos falaciosos: Falsa analogia, pois o anúncio associa a ideia de sol e brilho, à ideia de uma instância bancária, falácia do espantalho, pois o anúncio deforma claramente a informação de que a Cofidis é uma instância bancária e, por fim, falácia post hoc, pois associa-se um nexos causal entre quem recorre à Cofidis e quem tem um dia em cheio- "Field Day" -.
Grupo 3 (Ajax)	Neste anúncio, em relação a falácias, estão presentes os seguintes argumentos falaciosos: Falsa analogia, pois o anúncio vai associando realidades completamente distintas e sem qualquer fundamento (ex: O cavaleiro com a limpeza das roupas); Falácia do espantalho, pois o anúncio deforma a informação e, por fim, falácia ad verecundiam pois a dona de casa não é uma especialista em detergentes
Grupo 4 (Marlboro)	Neste anúncio, em relação a falácias, estão presentes os seguintes argumentos falaciosos: falsa analogia, pois o anúncio vai associando realidades distintas e sem qualquer fundamento (ex: A associação indevida entre as belas paisagens, o cowboy viril, com o tabaco); falácia ad populum pois o anuncio tenta transmitir a ideia de que todos os homens viris fumam, falácia do espantalho, pois o anúncio deforma claramente a informação.
Grupo 5 (Bolacha Nacional)	Neste anúncio, em relação a falácias, estão presentes os seguintes argumentos falaciosos: ad populum, pois na frase "o que é nacional é bom" apela-se ao sentimento nacionalista para fazer que o consumidor compre as bolachas; falácia do espantalho, pois o anúncio deforma claramente a informação e, por fim, falácia da falsa analogia, pois o anúncio associa indevidamente a ideia das bolachas nacional ao atletismo.

